

MAKALAH - 6

PEMASARAN TIKET

(Studi Deskriptif Tentang Strategi Marketing Tiket Yang Sudah Mengalami Penetapan Harga di Bawah Harga Publik Untuk Jurusan Surabaya-Jakarta Pada Sub Sales I PT Mandala Airline Surabaya)

TUGAS AKHIR

Fis. PW 03/06

Mar
P



OLEH :

HANDOKO MARSTYO

070010690-S



**PROGRAM STUDI D-III PARIWISATA (UPW)
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2004**

LEMBAR PERSETUJUAN

**Tugas Akhir ini telah disetujui untuk diajukan pada hari Rabu
tanggal 15 Juni 2004**

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Falih Suaedi', written over a horizontal line.

Drs. Falih Suaedi, MSI
NIP. 131 801 403

ABSTRAKSI

Dalam era globalisasi saat ini, sektor perekonomian mempunyai kesempatan yang seluas-luasnya untuk dapat tampil ke depan. Keberadaan sektor pariwisata sebagai salah satu industri jasa layanan yang berkembang pesat saat ini juga dituntut untuk dapat mengembangkan sayapnya secara global. Sifatnya yang sangat universal tidak hanya menuntut pengelolaan yang bersifat profesional. Persaingan yang sangat tajam terutama dalam bidang transportasi menuntut untuk lebih adanya suatu kualitas jasa yang dapat dijadikan andalan dalam bersaing.

Pelayanan jasa transportasi udara sekarang ini sudah bukan lagi merupakan suatu hal yang eksklusif, karena jasa transportasi udara merupakan kebutuhan yang dibutuhkan hampir oleh semua lapisan masyarakat dan menjadikan sebuah bisnis yang cukup menjanjikan di masa yang akan datang. Hal ini dibuktikan dengan adanya airline-airline baru yang ikut meramaikan jalur transportasi udara. Untuk itu PT. Penerbangan Mandala Airlines akan membantu para pengguna jasa penerbangan tersebut, khususnya Sub Sales I yang mempunyai strategi tersendiri untuk menarik minat para pengguna jasa penerbangan untuk membeli tiket di kantor Mandala Airlines Sub Sales I.

Teknik analisa yang diambil adalah menggunakan analisa deskriptif kualitatif karena penelitian menghasilkan data deskriptif dengan kata-kata tertulis / lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Dari hasil penelitian PT. Penerbangan Mandala Airlines Sub Sales I mempunyai strategi tersendiri untuk mempertahankan segmen pasar yang ada, yaitu mengolah daftar harga sedemikian rupa sehingga terjadi antara penerbangan Mandala Airlines Sub Sales I dengan Mandala Utama Surabaya yang nantinya akan berpengaruh sekali pada minat para pengguna suatu jasa penerbangan.

PT. Penerbangan Mandala Airlines Sub Sales I akan memberikan pelayanan yang terbaik bagi perjalanan seseorang, sehingga seseorang tersebut akan menjadi pelanggan tetap bagi PT. Penerbangan Mandala Airlines Sub Sales I serta memberikan keuntungan bagi PT. Penerbangan Mandala Airlines Sub Sales I khususnya dan para pengguna jasa penerbangan pada umumnya.